融媒体语境下地方广播电视新闻话语权掌控

赵新春
（驻马店广播电视台，河南 驻马店 463000）

摘 要：新媒体、自媒体的快速发展，给地方广播电视新闻话语权的冲击显而易见。这种话语权的削弱，一定程度上助长网络等新媒体平台信息传播的非理性和无序性。细致研究融媒体语境下地方广播电视新闻话语权的困境，才能帮助地方广播电视媒体化茧成蝶。依托新媒体，通过深度媒体融合，扬长避短，继续发扬客观、公正的传统新闻专业精神，掌控好新闻话语权，走出困境，实现迭代快步，迅速腾飞。

关键词：融媒体；地方；广播电视；新闻话语权；掌控　　**中图分类号：**G214　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）07-035-03　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.07.009
本文著录格式：赵新春．融媒体语境下地方广播电视新闻话语权掌控[J]. 中国传媒科技，2021（07）：35-37.

党的十八大以来，从中央到地方，广播电视等传统媒体相继推进媒体融合，打造各自的融媒体、全媒体。在此语境下，如何抓住机遇，继续发扬客观、公正的传统新闻专业精神，发挥融媒体优势，牢牢把控好新闻话语权，已成为地方广播电视必须面临的课题。

1. 地方广播电视媒体话语权内涵及要件

新闻话语是随着 1988 年阿姆斯特丹大学话语研究教授托依恩 •A. 梵 • 迪克《作为话语的新闻》一书的出版而逐步热起来的一个词。这部书里作者首次把新闻当作一种话语来分析，指出“新闻话语不仅是社会语境的标志，它还体现个人，团体的个性特征，是语言指纹。”[1] 揭示了新闻话语的意识形态性。由于大众媒体兴起以来，传统媒体一直垄断着话语权，新闻话语权并没有引起太多的关注。但随着网络社交媒体，特别是博客的出现，一些专家和学者对话语权的研究也重视起来。2003 年曾庆香将《作为话语的新闻》翻译成中文出版，此后出现了不少关于话语权、公众话语权和个人话语权的研究文章。面对地方广播电视在新闻，尤其是在公众新闻和突发新闻面前话语权普遍削弱，还出现了不少关于新闻话语权的专题研究和探索的文章。如 2018 年唐弋雯的《新媒介环境下地市电视台新闻话语权的解构与重塑》、成军青的《“后真相时代”传统新闻媒体的话语权回归》、黄敏的《新媒体时代新闻话语特点的变化及新期待》，2019 年许诗琦的《后真相时代，新闻媒体如何重塑话语权》，2020 年江跃城的《浅析全媒体时代报纸新闻话语权的重构》等。

关于新闻话语权，唐弋雯将其定义为：“新闻话语权就是利用新闻报道影响舆论导向、社会行为和国家政策的能力和权力。”[2] 江跃城在《浅析全媒体时代报纸新闻话语权的重构》中，认为“新闻话语权是通过新闻报道影响舆论导向、社会行为的潜在现实能力。”[3]

地方广播电视媒体，相比于国家、省级媒体来说，属于基层媒体，既要履行传统媒体“政治家办台”，发挥好党和政府喉舌作用，为国家和政府利益代言，也要突出群众“够得着”的地方权威媒体优势，对接群众，做好舆论引导，讲好当地的故事。根据新闻运作特点，其新闻话语权应包括四个要件：一是新闻报道即时性。能否第一时间出现在新闻现场，发出自己的声音；二是新闻事件主导权。能否发掘第一手内容，及时回应社会关切，做好“第一解释”；三是社会舆情引导力。能否深入采访，通过议程设置引领舆情; 四是媒体自身影响力。能否培育自己的意见领袖，在新媒体领域拥有自己的一席之地。

2. 地方广播电视新闻话语权面临的困境与分析

2.1 传统新闻客观价值正面临丧失

关于新媒体对以广播、电视、报纸为代表的传统主流媒体的冲击，2012 年刘丹凌在《困境中的重构：新媒体语境下新闻专业主义的转向》一文中就从专业媒体机构、职业新闻人、新闻自身、新闻伦理四个层面做了分析，其中就提到新媒体对传统新闻价值也就是传统新闻话语权的冲击：“他们凭借自己的兴趣、爱好以及个人的理解采集新闻、制作新闻、发布新闻，甚至将强烈的感情色彩和价值判断置于信息话语之中，这无论如何也无法保障一种客观、公正、不偏不倚的新闻价值标准。”[4] 在此情形下，“大众不仅能够通过市场对新闻施诸间接影响，而且可以通过参与新闻生产对它施诸直接影响，将其引向更加个体化、极端化的方向。”[5] 这种新闻主观性的选择，偏离了新闻客观性的轨道。针对“不再相信真相，只相信感觉”的现象，2004 年，外国学者拉尔夫 • 凯伊斯提出了“后真相”一词。它一个重要的特征就是网民根据海量的碎片化信息盲目做出决策和表达意见，当得到了与自己相同情绪的回应时，就认为这就是事情的真相了。这在中国传统文化上叫“三人成虎”，西方社会学上叫“回声室效应”。[6] 新媒体“人人都有

麦克风”的信息发布和传播的无序性和非理性，使新闻失去了人们认知和理解世界之参照的基本属性，新闻话语的社会引导力正逐步下降。

2.2　舆论场空间逐步被压缩

新媒体的快速发展，社会个体表达诉求的平台和渠道越来越多，给信息发布带来了前所未有的便捷，也改写了传统新闻和信息传播的游戏规则。以前只是通过与新闻专业人员的接触和互动来影响新闻报道的人们，现在只要有一部智能手机，都可以随手一拍，通过微博、微信、抖音、快手、头条号等发布自己所见所闻，表达自己的情绪、意见，彻底打破了新闻传统从业门槛，成为了迈克尔•迈德森所谓的“泛新闻工作者”。[7]与此同时，新媒体以其便捷性、互动性、时效性、全时性、多元化的传播特点，也迅速瓜分、占领传统媒体的新闻舆论阵地。民意舆论场的日趋结构化、组织化，逐步让传统的广播电视等传统媒体的声音被边缘化，新闻话语权旁落也是不争的事实。在新媒体语境下，打造融媒体、全媒体是地方广播电视等传统媒体的必然之选。

2.3　媒体融合优势没有充分发挥

无论是新媒体时代，或是在媒体融合的大背景下，有一种现象很值得地方广播电视媒体人深思，那就是主流媒体包括自办的融媒体，在新闻的报道和传播上似乎总是赶不上新媒体的速度，甚至包括一直由广播电视等传统媒体掌控的时政新闻。2020 年，国家信息中心、南京大学网络传播研究院联合做的《“新型冠状病毒肺炎”公众认知与信息传播调研报告》显示，人们通过手机获取疫情信息的为 95%，通过电脑的为 56%。[8]很多动辄点击上万的新闻报道，出自地方广播电视等传统媒体创办的新媒体、融媒体的并不多。对此，浙江广播电视集团融媒体中心值班主任钱黎明在《新媒体语境下信息传播的五个变化》一文中，有一个形象的说法“新闻发布原本是媒体人干的活，现在网民抢先在干了。”[9]主流媒体创办的融媒体合而不融，引爆能力、发酵能力、线上和线下的推广能力、无边界的扩散能力“四力”的先天不足，让地方广播电视等新闻话语权很难彰显。

3. 地方广播电视新闻话语权的重构与掌控

新媒体的迅速崛起对传统媒体来说，是挑战，更是机遇。它带来了传统媒体被迫重构的阵痛，也带来了融媒体优势互补的曙光。媒体融合为地方广播电视掌控新闻话语权打开了一扇窗。地方广播电视要掌控新闻话语权，必须做到以下几个方面。

3.1　深度融合

要聚合自身优势，自觉拥抱新媒体，让其为我所用。一是介质融合。传统广播电视运营中实际上是广播、电视各成一块，尽管不少地方通过资源整合，成立了广播电视台，并设立了融媒体中心，但在实际运作中，各自之间仍存壁垒。有些地方只是在原有媒体框架下新设一个融媒体中心，存在设置重复，资源浪费问题，融媒优势并不突出，综合效能并不明显。而真正的融媒体必须是各种专业介质的优势整合，要从各自独自运行转向联合运作，最大限度降低人力、物力、财力成本，从而形成整合优势，提升新闻产品质量。二是渠道融合。传统媒体时代，媒体新闻往往把主要精力放在新闻选题、策划、采访、写作、编辑、审核等环节，而对新闻传播推广考虑甚少，基本上是播出去就完了。在融媒体语境下，面对巨量信息、眼花缭乱传播平台以及同质化内容的竞争，要掌握新闻话语权，不仅要抓好新闻的生产，更要用心用力做好它的传播，既要运用好传统广播电视发布渠道，也要发挥整合利用新媒体渠道，通过线上和线下的推广，突破边界和地域的限制，让自己的新闻传播度最广，美誉度最好，影响力最大，传播最久远。三是内容融合。现在广播电视媒体也都有自己的网站、下属媒体都有自己微信、微博、视频号，通过整合文字、声音、图片、动漫、视频等传播形式，打破了以往以声音为主或以图像为主的单一报道模式，“全景化新闻”增强了广播电视新闻的话语权。在新闻信息传播 UGC 时代，即用户生产或提供内容的时代，社交平台提供的巨量信息早已打开了媒体传播的闭环。内容融合，就是要整合传统媒体自身和自媒体、新媒体内容优势，做好新闻“来料加工”，打造强势媒体矩阵，将“网民生产提供内容、媒体来做发布传播”生产模式发挥到极致。

3.2　内容为王

网络时代，新闻低质量、同质化问题一直为人们所诟病。传统广播电视媒体要做大做强融媒体，掌控新闻话语权，就要发挥传统优势。一是深度报道。在与信息碎片化、传播快速的新媒体竞争中，地方广播电视在信息容量、发布速度是无法与新媒体相提并论，选取复制粘贴同质化、低质量内容自然也无法引起受众兴趣。要拥有自己的新闻话语权，必须善于挖掘网络新闻背后的故事，做实深度报道优势，扬长避短，以质求胜，为受众提供优质的内容。2016 年 11 月 28 日，2 岁女童头被卡在 2 楼防盗窗上，几个农民工托举救人的图片加了几句话发布到网络上，很符合新媒体信息传播特点。但驻马店广播电视台记者得到这一消息，迅速行动，进行深度采访，写出了《驻马店农民工“托举哥”托起生命的希望》，完整还原整个事情的真实过程和农民工救人背后的故事，以第一地点、第一权威信息被多家网媒转发，产生了很好的宣传效果，获得了河南省新闻奖。二是权威发布。尽管随着信息发布多渠道，一些机关和部门在信息和新闻发布上不再局限于广播电视等传统媒体，但一个不容忽视的事实是广播电视等传统媒体的信息发布权威优势并没有丧失。在经历了眼花缭乱的“标题党”、信息片面、非理性之后，不少人开始呼唤理性、权威的声音，这就为一直被网络等新媒体压得喘不过气的地方

广播电视等传统媒体提供了一个缓冲空间，明确了坚守领域。由黄淮学院文化传媒学院黄淮舆论大数据研究中心等做的 2020 年驻马店微信传播指数（WCI）排行榜显示，驻马店广播电视 App 掌上驻马店等传统媒体融媒点击率、有效阅读量牢牢稳居前三，人们对其在时政新闻和公众信息发布的权威性依然认同。三是受众体验。新媒体所以能够突飞猛进一个重要的原因就是“以用户为中心”，非常重视用户体验。作为传统的广播电视尤其是地方广播电视，要获得新闻话语权，就应树立打动思维，从受众视角出发，强化自己内容供应商的角色和定位，以让受众所关注为信息传播的创新及发力点，用精致产品，定位服务和感受式传播、沉浸式体验向受众传播多元、健康、有深度、有温度的主流价值新闻产品。

3.3 话题引领

话题引领在新闻理论上有一个专业词语叫“议程设置”，它最早是由麦克斯韦尔·麦考姆斯提出的，朱一概括其基本内涵为“新闻报道和信息传达活动以赋予各种‘议题’不同程度的显著性的方式，影响着人们对周围世界的‘大事’及其重要性的判断。”[10] 就目前的情况看，新闻议程设置者即话题引领者可以是新闻发言人、新闻当事者，也可以是媒体自身和意见领袖。地方广播电视要掌控新闻话语权，做好话题引领，一要做新闻“第一信源”。传统广播电视由于受自身新闻思维和编播模式的影响，在“议程设置”上往往就面临“时滞问题”。在一些突发事件报道上，是无法与社交媒体一样身处第一现场。尽管这些现场新闻或信息存在信息不实和片面性，出现“后真相”新闻现象发生，但它的快却是无法否认的。随着传统媒体融媒体融合度加深，广播电视融媒体平台上往往也会有不少这样热心受众的爆料，这就为传统媒体打造“第一新闻源”创造了条件。地方广播电视需要做的就是要改变注重结果报道、效果报道的传统思维，借助融媒体、新媒体平台多发新闻、即时新闻、滚动新闻和过程新闻，抢占舆论先机，率先发出权威的声音，满足民众的第一知情权，打造拥有第一现场发言权和第一新闻解释权的“第一信源”。天下武功唯快不破，快不起来，新闻话语权就会被削弱。二要培育草根意见领袖。近些年来，中央广播电视总台等相继引进了新闻评论员，他们是传统媒体培养的意见领袖。地方广播电视为了谋求发展，提出了名牌建设策略，着力打造名主持人、名记者，同时也应包括草根意见领袖的培养。这些草根意见领袖可以是本台经常扎根基层一线的资深编辑记者，也可以是深谙群众话语体系的社会人士，培养他们的目的就是通过“广播电视新闻—草根意见领袖—普通群众”[11] 的循环路径，疏通“下对上”的意见表达渠道，为用户个体表达诉求提供便利的渠道和势能，让“素人”的话语权得到充分释放，同时将理性话语充分植入群众话语体系和意见诉求中去，在“三微一端”为代表的新媒体时代确保理性的声音永不缺席。三要重视地域特色新闻。新媒体的出现打破了新闻传播的边界和地域限制，在海量的信息面前，特色新闻往往传播度最高、口碑最好，影响力也最为久远。作为地方广播电视，专注于地域新闻和地方话题，掌控新闻话语权是可以事半功倍的。2020 年年初，新冠肺炎疫情防控形势严峻，农村基层防控力量薄弱，在此情况下，驻马店广播电视台及时捕捉到一条信息，编发了《疫情当前驻马店 164 名新选第一书记逆行上岗》的新闻，短短一天，各新媒体平台就有 20 多家转发，点击量突破十万，为疫情防控增加了亮色，成为了本台年度新闻爆款。与此同时，地方广播电视要掌控新闻话语权，还要跳出新闻本土化推广的窠臼，懂得依托融媒体，借助网络实现最大化扩散。因此发掘地域特色新闻，实现新闻二度、三度传播和多维度多时空的覆盖推广，也是地方广播电视掌控新闻话语权的重要渠道。媒

参考文献

[1][荷] 托依恩 •A. 梵 • 迪克著，曾庆香译 . 作为话语的新闻 [M]. 北京：华夏出版社，2003.

[2][11] 唐弋雯 . 新媒介环境下地市电视台新闻话语权的解构与重塑 [J]. 视听，2018（3）：25-26.

[3] 江跃城 . 浅析全媒体时代报纸新闻话语权的重构 [J]. 军事记者，2020（8）.

[4][5] 刘丹凌 . 困境中的重构：新媒体语境下新闻专业主义的转向 [J]. 南京社会科学，2012（2）：109-116.

[6] 许诗琦 . 后真相时代，新闻媒体如何重塑话语权 [EB/OL]. 澎 湃，https：//www.thepaper.cn/newsDetail_forward_5086447，2019-11-29.

[7][美] 迈克尔 • 迈德森著，徐桂权译 . 新闻社会学 [M]. 北京：华夏出版社，2010.

[8] 国家信息中心、南京大学网络传播研究院 .“新型冠状病毒肺炎”公众认知与信息传播调研报告 [EB/OL]. 人民网，http：//media.people.com.cn/n1/2020/0226/c14677-31606056.html，2020-2-26.

[9] 钱黎明 . 新媒体语境下信息传播的五个变化 [J]. 城市党报研究，2018（7）：40-43.

[10] 朱一 . 聚合还是分流——多元视角下框架理论和第二层议程设置之比较 [J]. 消费导刊，2009（7）：191.

作者简介：赵新春（1972-），男，河南驻马店，主任编辑，研究方向：广播电视新闻。

（责任编辑：张晓婧）